

**KOMUNIKASI PEREMPUAN DALAM MEDIA**  
**(Analisis Semiotika Komunikasi Istri terhadap Suami yang**  
**direpresentasikan dalam Iklan-Iklan Teh Sariwangi Tema “ Mari Bicara”)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Mencapai Gelar Sarjana S-1  
Jurusan Ilmu Komunikasi



Disusun oleh  
**NOVI INDRIYANI**  
**L100 060 007**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2012**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**KOMUNIKASI PEREMPUAN DALAM MEDIA**

**(Analisis Semiotika Komunikasi Istri terhadap Suami yang  
Direpresentasikan dalam Iklan-Iklan Teh Sariwangi Tema “Mari Bicara”)**

Yang disiapkan dan disusun oleh

**NOVI INDRIYANI**  
**L 100 060 007**

Telah disetujui untuk dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi dan Informatika

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dra. Prahastiwi Utari, M. Si., Ph.**

**Nur Latifah Umi Satiti, S. Sos.**

**D.**

**NIK. 200.1169**

**NIP. 19600813 198702 001**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**KOMUNIKASI PEREMPUAN DALAM MEDIA**  
**(Analisis Semiotika Komunikasi Istri Terhadap Suami yang**  
**Direpresentasikan dalam Iklan-Iklan Teh Sariwangi Tema “ Mari Bicara”)**

Yang disiapkan dan disusun oleh

**NOVI INDRIYANI**

**L 100 060 007**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 2 Maret 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar kesarjanaan S-1

**Susunan Dewan Penguji:**

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| <b>1. Dra. Prahastiwi Utari, M. Si., Ph. D.</b> | (                      ) |
| <b>2. Nur Latifah Umi Satiti, S. Sos</b>        | (                      ) |
| <b>3. Fajar Junaedi, S. Sos.</b>                | (                      ) |

Surakarta, 2 Maret 2012  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Fakultas Komunikasi dan Informatika  
Dekan,

**Husni Thamrin, M. T., Ph. D.**  
**NIK. 706**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, 2 Maret 2012

Novi Indriyani  
L 100 060 007

\

## MOTTO

**Dan seandainya pohon-pohon yang dibumi menjadi  
pena dan laut menjadi tinta, di tambahkan kepadanya  
tujuh laut lagi sesudah hening, niscaya tidak akan  
habis-habisnya ditulis kalimat Allah sesungguhnya  
Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana  
(Qs. Al Luqman : 27)**

PIKIR ITU PELITA HATI

*(DAOED YUSUF)*

SEGALA SESUATU AKAN DATANG DISAAT KITA TELAH  
MEMBUTUHKANNYA, BUKAN DISAAT KITA MENINGINKANNYA KARENA  
ALLAH TAU YANG TERBAIK UNTUK KITA.

*(PENULIS)*

*Karya terbaik ini kupersembahkan untuk :*

- 1. Kedua orangtuaku tercinta*
- 2. Adik-adikku : Nina, Khilda, Amri, Al Farisi dan Mirzaq*
- 3. partner, Sahabat dan teman-teman yang setia mendukung  
dan mendampingi*

## **KATA PENGANTAR**

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkahNya yang selalu memberikan jalan kepada seluruh umatNya saat dihadapkan dengan kesulitan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Husni Thamrin, M. T., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Ibu Rinasari Kusuma, S. Sos, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dra. Prahastiwi Utari, M. Si., Ph. D., selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberi pengarahan, dukungan serta memberi arti sebuah perjuangan kepada penulis.
4. Ibu Nur Latifah U.S, S.Sos., selaku Dosen Pembimbing II yang memberi bantuan, arahan dan dukungan kepada penulis demi terselesaikannya skripsi yang penulis lakukan.
5. Bapak Fajar Junaedi, S. Sos., selaku Dosen penguji yang telah memberikan koreksi dan arahan kepada penulis demi terselesainya penelitian ini.

6. Semua Dosen Ilmu Komunikasi yang dengan bijak dan sabar membagi ilmunya serta staf yang ada di Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Orang tua penulis, Bapak Mustain dan Ibu Dwi nuryani. Atas cinta, kasih sayang, doa, dukungan dan pengorbanannya selama ini. Tanpa kalian aku tidak akan bisa meraih segala cita-cita dan harapan.
8. Adik-adikq tercinta, Nina, Khilda, Amri, Al Farisi dan mirzaq yang selalu menghibur saat penulis sedang menghadapi masalah. Semoga kita selalu bisa membahagiakan orang tua kita. Serta Mbak Izzatul Muaffiroh, terima kasih telah menjadi kakak yang terbaik.
9. Patner penulis, Mochamad Iqbal. Terimakasih atas dukungan, doa, bantuan, impian dan kebersamaan selama ini.
10. Sahabatku, Resti, Meyka, Aulia, Meyla, Mila, Fauzan. Untuk semua dukungan, bantuan dan kenangan-kenangan indah yang terlewati. Serta seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2006, terima kasih untuk semuanya kebersamaannya.
11. Semua rekan kerja di Jepara, Klaten dan Solo, yang telah menguatkan penulis dalam menyelesaikan perjuangan ini.

Di dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih sangat jauh dari sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi pembaca yang berkepentingan.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

## ABSTRAK

**Novi Indriyani, L 100 060 007, Komunikasi Perempuan dalam Media (Analisis Semiotika Komunikasi Istri terhadap Suami dalam Iklan-Iklan Teh Sariwangi Tema “Mari Bicara” ), Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.**

**Komunikasi saat ini menjadi hal yang penting dalam sebuah keluarga.** Latar belakang ini ditangkap Sariwangi dengan menampilkan kampanye iklan Sariwangi melalui media televisi dengan mengangkat tema “Mari Bicara”. Kampanye ini di peruntukkan bagi perempuan Indonesia agar dapat menjadi “*agent of change*” demi terciptanya kesetaraan gender antara perempuan dan laki-laki dalam keluarga. rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana simbol-simbol dan pemaknaan peran istri di area domestik serta bagaimana komunikasi istri terhadap suami pada iklan-iklan Sariwangi “**Mari Bicara**” (versi “**Undangan**”, versi “**Tempat Favorit**”, versi “**Ulang tahun**” dan versi “**Atap bocor**”).

Peneliti melihat bahwa sebuah iklan tidak hanya menyampaikan pesan penjualannya. Tetapi juga penuh dengan pesan simbolik, baik secara aspek visual ataupun aspek verbal iklan-iklan Sariwangi “**Mari Bicara**” (versi “**Undangan**”, versi “**Tempat Favorit**”, versi “**Ulang tahun**” dan versi “**Atap bocor**”). Penelitian ini menitik beratkan tentang kajian pesan dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang akan mengkaji iklan dari makna denotasi, konotasi, dan mitos. Analisis ini untuk menelaah makna di balik kata-kata dan gambar.

Dari empat iklan yang diteliti menunjukkan, perempuan digambarkan dengan peran seorang istri dengan tugas sebagai ibu rumah tangga yang melayani suami dalam menyiapkan makanan, pakaian, serta melayani di tempat tidur. Dalam komunikasinya melekat dengan sifat-sifat lemah lembut, emosional dan membutuhkan perlindungan dari laki-laki. Sedangkan laki-laki sebagai tokoh suami direpresentasikan dengan simbol kekuatan, kesempurnaan, jantan, perkasa, berkuasa dan angkuh. Maka dari hasil penelitian menyimpulkan bahwa representasi iklan menunjukkan komunikasi perempuan masih menunjukkan ketimpangan gender, hal ini tidak sesuai dengan tujuan kampanye iklan yang ingin mewujudkan kesetaraan gender.

*Kata Kunci: Perempuan, Iklan Teh Sariwangi, Semiotika.*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAKS .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Kerangka Teori .....	7
1. Landasan Teori .....	7
a. Komunikasi .....	7
b. Pesan sebagai elemen komunikasi .....	11
c. Gender .....	14
d. Peran perempuan .....	17
e. Iklan .....	20
f. Tanda dalam iklan .....	24
g. Semiotika .....	27
h. Interaksi Simbolik .....	30
2. penelitian terdahulu .....	32
3. Kerangka Konseptual .....	33
4. kerangka Pemikiran .....	35
5. metodologi Penelitian .....	36
a. Jenis Penelitian .....	36
b. Metode Penelitian .....	36
c. Objek Penelitian .....	37

d. Sumber Data .....	38
e. Validitas Data .....	38
f. Tahap analisis data. ....	39
BAB II Deskripsi Iklan Sariwangi Tema “Mari Bicara” .....	42
A. Profil PT Unilever Tbk.....	42
1. Visi dan Misi Unilever .....	43
2. Penghargaan yang telah dicapai .....	44
B. Tentang Sariwangi .....	45
1. Kelebihan Sariwangi .....	46
2. Kampanye “Mari Bicara” .....	47
3. Iklan-iklan Sariwangi “Mari Bicara” .....	49
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Peran Perempuan dalam Area Domestik .....	51
1. Di ruang tamu.....	52
2. Di ruang dapur.....	58
3. Di ruang santai .....	62
4. Di halaman rumah .....	68
4. Di pusat perbelanjaan .....	72
5. Di tempat tidur .....	75
B. Komunikasi Perempuan Terhadap Suami .....	81
1. Istri dalam menghadapi Masalah.....	82
2. Adaptasi dalam Menghadapi Masalah .....	96
3. Keterlibatan Istri dalam Berkomunikasi .....	104
4. Cara Komunikasi Istri untuk Mengungkapkan permasalahan .....	113
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	132
A. Kesimpulan.....	132
B. Saran .....	133
DAFTAR PUSTAKA .....	134